

Tesis
2478

Universidad del Salvador
Facultad de Ciencias de la Educación y la Comunicación Social

La recepción de los noticiosos de acuerdo a los niveles socioeconómicos de pertenencia



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Autora: Juliana Monferrán

Materia: Seminario de Investigación Periodística

Profesores: Raúl Burzaco, Ivonne Laugier y Daniel Sinópoli

Marzo de 1998

Agradecimientos

* A Dios por haberme acompañado a lo largo de mi carrera y por haberme enseñado lo importante que es poner mi profesión al servicio de los demás.

* A mi familia por haberme dado la oportunidad de estudiar y por haberme acompañado, consolado y enseñado a vivir lejos.

* A los profesores de esta cátedra por el tiempo que nos dedicaron y por habernos acompañado durante el trabajo de investigación.

* A esta facultad por los cinco años de aprendizaje.

* A mis hermanos y mis amigas por haber estado conmigo en todo momento.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Indice



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Indice

Agradecimientos	2
Indice	3
Introducción	4
1. Simplemente la Tv	
El fenómeno televisivo desde su aparición hasta hoy en día	7
La Tv y la vida cotidiana	8
Rutinas, tradiciones y mitos	10
La domesticación del medio salvaje	11
La Tv como prueba de si misma	13
Bibliografía del capítulo	14
2. Los efectos	
La historia de los efectos	16
Un cambio de dirección	17
De los "efectos" a las "funciones"	18
Bibliografía del capítulo	22
3. Los poderoso medios	
El poder de los medios	24
El espiral del silencio	24
Los desniveles de conocimientos	26
La dependencia de los medios	29
La teoría del cultivo	30
Los medios y la construcción de la realidad	32
Bibliografía del capítulo	34
4. Las noticias en Tv	
Dicotomía de la realidad	36
El formato de la información	37
La información como entretenimiento	38
La importancia del directo	39
El poder de seducción de la información	40
Las estrategias del poder informativo	41
¿Ventana abierta a la realidad?	43
La importancia de la voz	45
La presencia de los estereotipos	45
Análisis de los noticiosos	47
Análisis de los contenidos	49
Bibliografía del capítulo	53

5. Las audiencias

¿Activas o pasivas?	55
Teoría sobre la composición de las audiencias	56
Una explicación sociocultural	56
Carácter social de la experiencia de la audiencia	57
Diferenciación social	57
Interacción social	58
Usos sociales	58
Controles normativos	58
La construcción de las audiencias	60
La polisemia de los textos	60
Las audiencias de Tv	61
Bibliografía del capítulo	63

6. Las audiencias y las calces sociales de pertenencia

Interpretar Tv	65
Características de la encuesta	70
Bibliografía del capítulo	71
Conclusión	72
Bibliografía.....	75
Apéndice	78

USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Introducción



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Desde su aparición, la televisión no ha dejado de suscitar interrogantes acerca de su "bondad" entre los investigadores de la Comunicación Social. La autora de esta tesina, como futura licenciada en Periodismo no se siente ajena a esta cuestión.

Al ser la televisión uno de los medios más importantes, sino el más, en cuanto a la masividad de su recepción, la inquietud por no decir, la preocupación que provocó esta investigación fue el tratar de cotejar personalmente la realidad para ver si la fama que tiene la Tv de ser un medio cuyas influencias son más negativas que positivas era real.

Por ello, mediante este trabajo se intentará responder algunas preguntas relacionadas estrechamente con el vínculo, hoy en día muy fuerte, formado entre las audiencias y la pantalla. Este es sólo uno de los puntos que intervienen en esta polémica.

Las denominaciones que a través de los años y en distintos sectores se le ha dado a la televisión, demuestra la dicotomía que este medio produce: algunos la llaman la "caja mágica" y esperan de ella, como de los magos, cosas increíbles. Otros, en cambio, la denominan la "caja boba" quizás por miedo a los influyentes efectos que produce.

Justamente esa es la palabra que dispara nuestra investigación: **Efectos**. Pero estudiándolos desde el punto de vista de las audiencias. ¿Son tan eficaces como se cree? ¿Estar frente a la pantalla es lo único que se debe tener en cuenta en el análisis? o existen factores que median entre esa relación. ¿En que medida los canales de televisión tiene en cuenta esos factores mediadores?. Han sido muchos, a nivel internacional, los trabajos sobre este tema, de los cuales haremos un breve repaso en uno de los capítulos.

En nuestro caso, queremos comprobar cuan importante es el papel del contexto de la persona que se encuentra ante el televisor, y específicamente ante los noticiosos televisivos. ¿Por qué los noticiosos?. Porque al ser un género dedicado a lo que acontece en la realidad el contenido de los mismos es hegemónico y la diferencia, que tampoco es muy marcada, se da en la forma de tratar la información. Por lo tanto, al tener, en cierta forma, controlada la variable del contenido del mensaje televisivo, la observación de las demás variables, en este caso todas relacionadas con la audiencia, será más fidedigna. Además, la elección de los noticiosos se debió por el especial interés de la autora por los contenidos periodísticos de la Tv.

Para medir la importancia de los factores contextuales a la hora de ver televisión se analizará el momento de ver televisión, la importancia de la familia y el nivel socio económico y educacional de la persona que se acerca a las noticias.

Por otro lado: ¿Tendrá la persona libertad absoluta de interpretar la información recibida o estará condicionada por ciertos factores? . Al tratar de comprobar que el condicionamiento existe no queremos mostrar al televidente como un hombre alienado. Al contrario. Con ello queremos demostrar que los medios y sus contenidos, en este caso los noticiosos, no influyen directa y absolutamente en las personas que los miran. Es decir, si bien existen condicionamientos, no son exclusivamente de parte de los medios. Por suerte, la relación es mucho más compleja.

Las personas al enfrentarse a la televisión lo hacen con un bagaje de conocimientos, experiencias, prejuicios, estados de ánimo previos que "**filtran**" la recepción del mensaje, lo que resulta en una interpretación personal que mucho tiene de social.

Sin embargo, hay factores que condicionan más que otros y la estructura social es uno de ellos. Los niveles socioeconómicos más bajos, por características intrínsecas, que trataremos de explicar a lo largo del trabajo, son menos críticos y por ello más influenciados a las noticias televisivas. Relación que se da a la inversa en los niveles socioeconómicos más altos. Dentro del nivel socioeconómico la educación es una de las variables más importantes.

Con la palabra "**crítico**" se hace referencia a un espectador caracterizado por una evaluación activa durante la transmisión, por una mayor capacidad para recordar las informaciones, por la conciencia de que existen excepciones a las representaciones presentadas por la Tv, por la investigación activa y no por la simple exposición, por la evaluación racional de los hechos y mostraría probablemente un proceso de elaboración de imágenes de la realidad muy diferente al de un espectador pasivo.

Llegar a una conclusión en este tema nos llena de esperanzas. ¿Por qué?. Porque aunque la "negativa" afirmación de que los niveles socioeconómicos bajos son menos críticos a los noticiosos, lo son por características propias y no por los contenidos televisivos en sí.

Por otro lado, con este planteamiento no se quiere pasar por ingenuo. Dentro de los factores que determinan la interpretación que la persona hace de las noticias televisivas, por supuesto que se encuentra el medio (la Tv) y su mensaje, aunque no la condicionan.

El trabajo comenzará con el primer capítulo dedicado a la televisión y al papel que cumple hoy en nuestras familias. En el segundo capítulo se hará un breve repaso de los estudios realizados sobre los efectos.

A continuación se tratará el tema de los noticiosos. En este apartado, además se realizará un análisis de contenido de los noticiosos de aire. Los noticiarios de cable, si bien tiene una alta repercusión en la sociedad argentina no se tuvieron en cuenta por no poder asegurar que todas las clases sociales tienen acceso a esta programación. También se presentarán opiniones de productores de informativos que nos darán una visión desde el punto de vista del emisor.

Finalmente, las audiencias. Para demostrar nuestra hipótesis se realizó una encuesta a 65 personas de distintos niveles sociales en el barrio de Flores, por ser este barrio considerado por el Indec el más representativo de la Capital Federal, en cuanto en él podemos encontrar, casi en la misma proporción, todos los niveles socioeconómicos.

La categorización de las personas encuestadas en los distintos niveles socioeconómicos se realizó en base al INSE (Índice de Nivel Socioeconómico) del presente año obtenido en la Asociación Argentina de Marketing. Según este índice las clases socioeconómicas son AB, C1, que conforman la clase alta; C2 y C3, la clase media; y finalmente D1 y E la clase baja.

Además, algunos de los datos recaudados e incluidos en este apartado fueron proporcionados por el Centro de Estudios Unión para la Nueva Mayoría.

Capítulo I



Simplemente
la Tv

1.1 El fenómeno televisivo: desde su aparición hasta hoy en día

La televisión es uno de los fenómenos más estudiado dentro del campo de la comunicación social. Desde su aparición, como al igual que los demás medios de comunicación masiva, se le confirió un poder absoluto, que poco a poco, transformó al nuevo medio en un verdadero mito.

Con la teoría de la aguja hipodérmica el poder de la televisión sobre las audiencias fue considerado muy potente. En este período lo que más se estudió fue la influencia que provocaba la propaganda. El New York Tribune, en junio de 1918 definía la propaganda en estos términos: "Para el propagandista experto, la mente del público es como una tina de agua en la que se dejan caer palabras y pensamientos como si fueran ácidos, con un conocimiento anticipado de las reacciones que tendrán lugar (...)".

Tal era el poder que se adjudicaba a los medios en general que, en un estudio realizado por Deborah Lipstadt₁ sobre la manera en que la prensa americana trató el tema de las persecuciones nazis contra los judíos, se demostró que entre los esquemas interpretativos que cerraron el paso a la toma de conciencia de lo que pasaba en Europa, uno de los más eficaces era justo el temor a caer "víctimas" de la propaganda: en enero de 1943, según un sondeo de Gallup, aproximadamente el 30% de los encuestados consideraba simples habladurías las noticias sobre los dos millones de judíos muertos por los nazis.

A medida que tiempo fue pasando, no sólo las investigaciones fueron avanzando, sino también la televisión fue "domesticándose", como lo definen varios autores. Luego de varios estudios los llamados "efectos de la televisión" fueron considerándose limitados. La Tv ya no era considerada un monstruo que siempre consigue lo que quiere, ahora entraban en juego variables mucho más complejas.

Uno de los trabajos más vistosos que ejemplifica esta transición fue el experimento radiofónico de Orson Welles sobre la invasión de Marte en 1938. Si bien al principio se citaba este trabajo como muestra de la capacidad indiscriminada de influencia del medio radiofónico, Cantril₂ en una interesantísima investigación llegó a diferentes conclusiones. El autor en este trabajo elabora el concepto de "habilidad crítica" para poner de manifiesto una serie de factores que explican por qué algunos reaccionaron con manifestaciones de pánico y otros reconocieron en seguida la naturaleza de ficción del programa.

Con el correr de los años los investigadores fueron reconociendo que los hasta ahora estudiados efectos inmediatos no eran los únicos. Los medios además podían influir en sus audiencias a mediano o largo plazo.

A medida que el temor frente a la televisión iba desapareciendo e iba dejando de ser una novedad, la "caja boba" se incorporaba a la vida familiar como una integrante más.

Actualmente, según explica Wolf₃ en su libro *Los efectos sociales de los media*, nos encontramos en la fase de revaluación del poder de influencia de los medios, te, a que trataremos en uno de los capítulos siguientes, y el estudio de los efectos ha desplazado su atención hacia la influencia a largo plazo sobre el sistema social entero o sobre parte de él. Las causas de lo que el autor llama "La Vuelta" son, también para

él, el proceso de planetarización, es decir, el intercambio de las comunicaciones que involucran al mundo entero; la videopolítica; y la función cognitiva de los media de la que se hablara más adelante.

Desde siempre existieron, respecto al tema, dos posiciones opuestas y totalmente extremas: los "apocalípticos" y los "integrados" como los llama Eco dieron a los medios de comunicación el poder absoluto en el sentido más pesimista o, como los segundos que en el otro extremo, llegaron a ser ingenuos. Sin embargo, hoy en día se intenta conciliar ambas corrientes, intentando controlar en las investigaciones todas las variables que intervienen en el proceso comunicacional.

1.2 La televisión y la vida cotidiana

Mirar TV, hablar y leer sobre la televisión se ajustan a horarios: son el resultado de una atención enfocada o desenfocada, conciente o inconciente. La televisión nos acompaña cuando nos levantamos, tomamos el desayuno, nos reconforta cuando estamos solos y nos ayuda a dormir. Nos da la oportunidad de ser sociales y también solitarios. Hoy la televisión nos parece natural, aunque desde luego no siempre fue así y tuvimos que aprender a incorporar este medio a nuestra vida.

Como dice Roger Silverstone⁴, citando a Hall: "la televisión es hoy para nosotros tan natural como nuestra vida cotidiana. Algunos de nosotros nos quejamos de ella pero de todas formas la miramos aunque no comprendemos muy bien cómo opera ni desde el punto de vista mecánico ni desde el punto de vista ideológico".

La integración de la "tele" en nuestra vida diaria es total: su significación como perturbadora y a la vez confortadora, como informadora y desinformadora, entre otras cosas.

La capacidad de proporcionar una presencia permanente no es una función simplemente de la calidad de la tecnología. Muchas tecnologías en especial las que informan y comunican tienen la capacidad de generar un alto grado de dependencia, seguridad y apego similar al de la televisión. Pero esos apegos están sobredeterminados por el contenido de los medios y, en el caso de la televisión, por sus horarios, géneros y narrativa. La televisión es un fenómeno cíclico. Sus programas se disponen en diversos horarios siguiendo las reglas del consumo. Así, según Scannell, las telenovelas, los informes sobre el tiempo y los noticiosos son los programas que más participan en la planificación de las horas, los días y las semanas del año.

Los informes del tiempo, explica Mellencamp, son los programas visto con más constancia quizá porque brindan cierta tranquilidad (incluso cuando anuncian mal tiempo) por la capacidad de dominar los elementos.

Para Livinson⁵, el género de los noticiarios es el que mejor permite ver la articulación dialéctica de angustia y seguridad que sobredeterminan que la televisión llegue a constituir un objeto transicional.

"Ya hace tiempo que se ha visto en los noticiarios un género cuya función es tranquilizar y al mismo tiempo vigilar. Los noticieros crean la tensión esencial entre angustia y calma tanto en la narrativa de la creación de angustia como en el dominio

de la forma sobre el contenido". Haciendo alusión a esto el mismo autor presenta una pregunta de un personaje de historieta del New Yorker: "¿Por qué las llaman news si pasan siempre lo mismo?".

Siguiendo el análisis de Livignstone, el investigador afirma que no es sólo el contenido del informe el que brinda tranquilidad. Por el contrario. Los niveles de angustia que se pueden suscitar (y por supuesto existe la posibilidad que se susciten inevitabilmente, pero también deliberadamente) disminuyen tanto por la estructura del noticiario como programa: el acto de ordenar los papeles, el intercambio de sonrisas, la charla silenciosa de los presentadores con la que culmina una nota; como por la confiabilidad y la frecuencia que lo caracterizan. No resulta sorprendente que el primer canal de cable satelital especializado haya sido CNN News, que branda durante las 24 horas comentarios, tranquilizadores por su persistencia, sobre los sucesos del mundo. Por otro lado, las noticias de catástrofes constituyen la ocasión para cortar la programación regular. La retirada gradual hacia dicha programación es una prueba de su incorporación a las estructuras familiares, distanciadoras y negadoras de los horarios familiares. El noticiario es activo y más lo es cuando el mundo se presenta inestable. El mismo es una institución clave en la mediación de la amenaza, el riesgo y el peligro.

Respecto al tema Joan Ferrés, dice que "la persona tiende al equilibrio cuando se producen tensiones en su interior. Y busca la tensión cuando vive en una situación de equilibrio". Es decir, que la persona necesita crear tensiones y al vez también eliminarlas.

Esta tensión se observa en los propios relatos: mientras que un relato hay conflicto, se busca el equilibrio, se lucha por reducir tensiones; en cuanto se ha solucionado el conflicto, hay que introducir un nuevo elemento de tensión.

Según este autor "el inconsciente del espectador se siente fascinado por este juego dialéctico. La dimensión emotiva positiva y negativa se necesitan mutuamente. El héroe necesita del malvado para justificar su heroísmo. Es un juego de contrarios que se complementan.

Es desde esta capacidad de unificar contrarios como puede explicarse incluso el planteamiento de los noticiosos, caracterizados por la selección de noticias de carácter conflictivo. ¿Por qué tiene un mayor valor informativo y suele suscitar más interés entre los receptores la noticia de un drogadicto que muere de sobredosis y no la de diez drogadictos que se recuperan?. En la noticia de la muerte hay drama, hay tensión, hay dualidad.

Los relatos permiten aunar emociones y racionalidad. Permiten sentir a un tiempo el peligro (vivido emocionalmente) y la seguridad (vivida racionalmente). Son además, una experiencia que, por una parte, se vive de manera individual, y por la otra, se comparte con una colectividad.

Los relatos unifican también la necesidad de lo conocido y la necesidad de lo nuevo, que corresponden a la necesidad de la seguridad y de la novedad. Los relatos cinematográficos como también los televisivos juegan con la repetición de unos parámetros expresivos y de unos elementos básicos en cuanto a contenidos. En el caso de la televisión, la novedad viene dada por los factores anecdóticos o los factores relacionados con el tratamiento de la noticia. Por lo general, las personas al acercarse